

Skaitmeninis gaminio pasas jau šiandien atsiperka

Kodėl mados prekių ženklai neturėtų laukti iki 2029 m., kol pradės registruoti ir skelbti gaminio pasus, ir kiek tai kainuos eurai.

- **Tema:** Skaitmeninių gaminio pasų ekonomiškumas ir nauda rinkodaros požiūriu prieš įsigaliojant ES reikalavimams
- **Kam skirta:** drabužių ir tekstilės įmonių vadovams, rinkodaros, produktų valdymo, pirkimų, tvarumo ir IT skyrių **atstovams**
- **Sudėtis:** pavyzdinis skaičiavimas su atskleistomis prielaidomis, duomenų žemėlapis, etapų modelis, 90 dienų planas
- **Atnaujinimo data:** 2026 m. rugsėjis
- **„Excel“ skaičiuoklė:** yra, skirta įvesti savo duomenis ir atlikti individualius skaičiavimus
- **Pastaba:** pavyzdinis skaičiavimas orientaciniais tikslais. Tai nėra teisinė, mokesčių ar investicinė konsultacija.

Rodiklis	Vertė
Žymėjimas už vienetą šiandien	0,50 €
Kiekvienos dalies ženklavimas su skaitmeniniu gaminio pasu	0,20 €
Metinė sutaupyta suma	110 790 €

Pavyzdinis skaičiavimas, skirtas prekės ženklui, kurio metinė pardavimo apimtis siekia 250 000 vienetų. Visos prielaidos pateiktos 3 skyriuje ir priede; jas galima pakeisti savo duomenimis.

Günter Reichelt, tekstilės inžinierius, aistringas verslininkas, „Transpareo“ valdybos pirmininkas. 2026 m. rugpjūtis–rugsėjis.

Contents

Kodėl neturėtumėte laukti	4
Ką norėčiau jums parodyti šiame straipsnyje	4
Sąskaita viename lape	5
Kas mane labiausiai įtikino	5
1) Esama padėtis: prievolė, tikėtina, įsigalios 2029 m., o nauda bus jaučiama iš karto	6
1.1) Tvarkaraštis, kaip jį vadina pati Komisija	6
1.2) Duomenų teikiama galimybė, slypinti už prievolės	7
1.3) Kiek kainuoja laukimas	7
2) Kokie duomenys jums jau yra šiandien	8
2.1) Produkto identifikavimas ir pagrindinės savybės	8
2.2) Medžiagos, siūlai ir kokybės klasės	9
2.3) Priežiūra, nešiojimas, taisymas	10
2.4) Kilmė, gamyba ir tiekimo grandinė	10
2.5) Sertifikatai, atitiktis, tvarumas	11
2.6) Komercinė informacija – nepakankamai įvertinta sritis	12
3) Kokia ekonominė nauda gaunama iš šio perėjimo	12
3.1) Pavyzdinė įmonė	13
3.2) Fizinis ženklavimas šiais laikais	13
3.3) Fizinis ženklavimas su gaminio pasu	14
3.4) Trys scenarijai	14
3.5) Kas nutiks su tekstilės gaminių ženklavimu	15
3.6) Netiesioginės proceso ir susijusios išlaidos	15
3.7) Grąžinimai – didžiausias pavienis svertas	16
3.8) Bendras sąskaitos sumas, įskaitant platformos išlaidas	17
3.9) Jei per metus surengiate daugiau nei dvi kolekcijų parodas	18
4) Kokią naudą teikia gaminio pasas rinkodaros srityje	19
4.1) Vienintelis kontaktinis punktas, turintis visą veikimo spindulį	19
4.2) Deriniai ir kryžminė prekyba	19
4.3) Renginiai, bendruomenė, prekės ženklo patirtis	20
4.4) Potencialių klientų paieškos įrankis	20
4.5) Prekių ženklų ir autorių teisių apsauga	22
4.6) Antrinė rinka ir vertės išsaugojimas	22
4.7) Daugiakalbystė ir prieinamumas	23
5) Ką iš to laimi jūsų organizacija	23
5.1) Tiesiog pradėkite nuo to, kas yra po ranka	23
5.2) Duomenų importavimas ir integracija, ir kodėl svarbi kryptis	24
5.3) Duomenų rinkinys kaip savarankiška vertė	25
5.4) Rodikliai, kuriuos turėtumėte stebėti nuo pirmosios dienos	25
6) Nuo gaminio paso iki ES registro: formalumas	26
6.1) Ką iš tikrųjų daro registras	26

6.2) Keturi dažniausiai išgirstami prieštaravimai	27
6.3) Aiškiai įvardytos rizikos	27
6.4) Dėl tiekėjo pasirinkimo	28
7) Pirmosios 90 dienų	28
7.1) Trys dalykai, kuriuos norėčiau jums perduoti	29
Priedas: Visų prielaidų apžvalga	30
Apie autorių	31
Apie „Transpareo“	31

Kodėl neturėtumėte laukti

Jau daugiau nei penkiasdešimt septynerius metus kuriu įmones, iš kurių dalis veikia tekstilės ir mados sektoriuose. Kaip tekstilės inžinierius – nors tai buvo seniai – ir turėdamas įvairiapusę verslo patirtį, žinau, kiek pinigų tenka išleisti medžiagų specifikacijoms parengti ir priežiūros ženklams suderinti. Todėl rašau šį straipsnį kaip aistringas verslininkas ir kaip žmogus, kuris žino, kokį poveikį sąnaudų skaičiavimui daro satino juostelė su keturių sluoksnių priežiūros etikete.

Padėtis yra žinoma. 2026 m. gegužės 27 d. savo DG GROW pristatyme Europos Komisija paskelbė, kad deleguotasis teisės aktas dėl tekstilės gaminių bus priimtas 2027 m. trečiąjį arba ketvirtąjį ketvirtį, o privalomas gaminio paso taikymas numatytas 2029 m. Iš daugybės pokalbių žinau įprastas reakcijas į tai: palaukti, stebėti, o po dvejų metų vėl įtraukti į darbotvarkę.

Manau, kad tai klaida, ir ne kokia maža.

Gaminio pasas nauda ir ekonomiškumas nepriklauso nuo to, ar jis yra privalomas. Jie priklauso nuo to, kad turite produkto duomenis, kuriuos šiandien brangiai spausdinate ant tekstilės, sudėtingai verčiate, išmetate iš likusių atsargų ir kurių niekas neskaito, nes šriftas per mažas. Šios išlaidos patiriamos kiekvieną dieną, kol jūs delsiate. Jau nekalbant apie privalumus, susijusius su rinkodara.

Ką norėčiau jums parodyti šiame straipsnyje

Pirma: duomenys jau seniai yra. Medžiagų sudėtis, siūlų storis, audinių rūšys, priežiūros rekomendacijos, gamybos vieta, dydis, spalva, derinimo rekomendacijos yra jūsų PIM sistemoje, ERP sistemoje, techniniuose aprašymuose ir sertifikatų aplankuose. Mano patirtis rodo, kad apie tris ketvirtadalius tikrai naudingo mados gaminio paso jau dabar galima užpildyti esamais duomenimis. Jums nereikia nieko išgalvoti. Jums tereikia juos surinkti vienoje vietoje.

Antra: tai jums šiandien kainuoja nemažai pinigų. 3 skyriuje pateiktame modeliniame skaičiavime vien tik etiketėms, pakabinamoms etiketėms, įdėklams ir jų pritvirtinimui skiriu 0,50 € už kiekvieną drabužį. Iš jų realiai galima sutaupyti 0,30 €, o esant 250 000 vienetų per metus – tai sudaro 75 000 € kasmet. Pridėjus vertimo išlaidas, etikečių likučių sunaikinimą, perženklinimą ir labai atsargiai įvertintą grąžinamų prekių sumažėjimą, popieriuje gaunama 110 790 € per metus. Tai atitinka 0,44 € už kiekvieną parduotą vienetą. Tai yra modelinis skaičiavimas. Tikslūs skaičiai yra jūsų žinioje, ir jie bus daugiau ar mažiau tokie patys.

Trečia, ir tai man svarbiausia: ant drabužio esantis QR kodas yra vienintelis kanalas, kuris tikrai pasiekia kiekvieną jūsų klientą. Ne tik naujienlaiškio prenumeratoriai, ne tik internetiniai pirkėjai, bet ir ta moteris, kuri jūsų suknelę įsigijo daugiamarkėje parduotuvėje Antverpene ir apie kurią iki šiol nieko nežino. Mano pavyzdiniame skaičiavime tai sudaro 150 000 vienetų per metus, kurie iki šiol be pėdsakų dingsta rinkoje. Didesnių prekių ženklų atveju šis skaičius siekia milijonus.

Ketvirta: duomenų įkėlimas į ES registrą tam tikru metu bus **tik formalumas**. Registras veikia nuo 2026 m. liepos 20 d. ir jame saugomi identifikatoriai bei metaduomenys; pačių gaminio pasų jis nesaugo, o tai dažnai suprantama klaidingai. Tikrieji duomenys lieka pas ekonominės veiklos vykdytoją arba jo paslaugų teikėją. „Transpareo“ visiškai atitinka suderintus standartus, nurodytus 2026 m. liepos 15 d. Oficialiajame leidinyje paskelbtame įgyvendinimo sprendime (ES) 2026/1736. Kai įsigalios šis reikalavimas, tai užtruks tik keletą minučių. Šiandien įrašą įvedate patys; manau, kad ateityje „Transpareo“ galės tai padaryti jūsų vardu.

Sąskaita viename lape

Pavyzdinė įmonė: drabužių prekės ženklas, 250 000 vienetų metinis pardavimas, apie 1 200 prekių ir spalvų derinių, platinimas devyniose ES kalbinėse rinkose, 40 procentų tiesioginių pardavimų internetu. Visos prielaidos yra atskleistos ir jas galima pakeisti savo duomenimis.

Naudos blokas	Efektas per metus	Tipas
Etiketės, pakabinamos etiketės, įdėklai, pakavimas	75 000 €	Sąnaudų taupymas
Vertimas, perženklimas, atliekų šalinimas, paslaugos	24 790 €	Sąnaudų taupymas
Grąžinimai, skaičiuojant tik vieną procentinį punktą	11 000 €	Sąnaudų taupymas
Sąnaudų taupymo tarpinė suma	110 790 €	0,44 € už vienetą
Išlaidos 1-aisiais metais (platforma, duomenų surinkimas, QR kodų integravimas)	nuo -25 000 iki -40 000 €	Investicija
Grynasis pelnas jau pirmaisiais metais	** nuo +71 000 iki +86 000 €**	
Papildomų pardavimų pelno marža per gaminio pasą	26 325 €	Papildomos pajamos
7 500 potencialių klientų, iš kurių 4 500 iki šiol buvo anoniminiai stacionarių parduotuvių klientai	45 000 €	Žiniasklaidos ekvivalentas

Šio rodiklio apskaičiavimas pateiktas 3 ir 4 skyriuose. Žiniasklaidos ekvivalentas reiškia: išlaidas, kurias būtumėte turėję patirti, norėdami gauti tokį patį kvalifikuotų potencialių klientų skaičių per mokamus kanalus. Tai nėra pinigų įplaukos, todėl jos nurodomos atskirai.

Kas mane labiausiai įtikino

Tiesą sakant, ne dėl to, kad sutaupoma etikečių. Tai, žinoma, puiku, bet tai tik finansuoja projektą. Mane įtikino visai kas kita.

Produktai yra kiekvienos įmonės širdis. Nepaisant to, duomenys apie būtent šiuos produktus beveik kiekvienoje man žinomoje įmonėje yra išsibarstę: dalis – ERP sistemoje, dalis – atskirų darbuotojų „Excel“ sąrašuose, dalis – tiekėjų pateiktuose PDF failuose, o dalis – dviejų žmonių, kurie kada nors išeis į pensiją, galvose. Prievolė parengti gaminio pasą verčia jus viską sujungti į vieną vietą. Tai yra ta proga, kurios daugelis įmonių laukė jau daugelį metų, tačiau jos niekada nesulaukė.

O kai šie duomenys jau yra susisteminti vienoje vietoje, atsiveria galimybės, kurios anksčiau tiesiog nebuvo įmanomos: juos bet kuriuo metu galite atkurti visiškai arba dalimis – savo AI modelių mokymui, agentinėms programoms, pirkimų ir gamybos planavimui, moksliniams tyrimams ir plėtrai. Visiškai neskelbiant nė vieno „paso“. Daugiau apie tai – 5.3 skyriuje.

Mano patarimas vienu sakiniu: pradėkite nuo tų duomenų, kuriuos jau turite ir kurie yra prieinami be papildomų užklausų. Paskelbkite juos pirmuosiuose leidiniuose. Plėskite duomenų bazę nuo vienos kolekcijos iki kitos. Iki to laiko, kai tai taps privaloma, turėsite dvejų-trejų metų pranašumą, o per tą laiką šis perėjimas jau ne kartą atsipirks.

1) Esama padėtis: prievolė, tikėtina, įsigalios 2029 m., o nauda bus jaučiama iš karto

Ekologinio projektavimo reglamentas (ES) 2024/1781 įsigaliojo 2024 m. liepos mėn. 2026 m. buvo metai, kai infrastruktūra buvo pradėta naudoti: gegužę buvo paskelbti aštuoni CEN/CENELEC standartai, liepos 15 d. šeši iš jų buvo nurodyti kaip suderinti įgyvendinimo sprendime (ES) 2026/1736, paskelbtame Oficialiajame leidinyje, o dviejų trūkstančių standartų turinys yra žinomas. Liepos 20 d. pradėjo veikti ES registras gaminio pasams. Dar trūksta produktų grupėms skirtų deleguotųjų teisės aktų.

1.1) Tvarkaraštis, kaip jį vadina pati Komisija

Data	Įvykis	Ką tai reiškia jums
nuo 2026 m. liepos mėn.	Cituojami suderinti standartai, veikia ES registras	Techninė architektūra jau sukurta. Kas dabar pradės diegti, tas statys ant tvirto pagrindo.
2027 m. vasaris	Pirmas reikalavimas tam tikroms baterijų grupėms pagal Reglamentą (ES) Nr. 2023/1542	Precedentinis atvejis. Nuo šiol gaminio pasas rinkoje tampa realybe.
2027 m. III–IV ketvirtis	Laukiama deleguotojo teisės akto dėl tekstilės gaminių (DG GROW, 2026 m. gegužės 27 d.)	Tik tada sužinosite galutinį privalomų laukelių sąrašą. Pagrindiniai turinio elementai jau yra nustatyti.

Data	Įvykis	Ką tai reiškia jums
numatoma 2029 m.	Privalomas taikymas tekstilės gaminiams ir drabužiams	Nuo šio momento gaminio pasas tampa būtina sąlyga patekti į rinką. Jei nėra paso, prekyba ES draudžiama.
nuo šiandien iki to laiko	Dveji-treji metai	Tai jūsų pranašumo laikotarpis. Jis baigsis visiems vienu metu.

1.2) Duomenų teikiama galimybė, slypinti už prievolės

Šioje vietoje norėčiau išsakyti mintį, kuri diskusijoje beveik visiškai lieka nepastebėta.

Pareiga gaminio pasui yra vertinama kaip reguliavimo našta. Pažvelkite į tai iš kitos pusės. Per penkis dešimtmečius nė viena įmonė, kurią mačiau, savo noru nesiėmė projekto pavadinimu „*Visus duomenis apie mūsų produktus kaupiamе vienoje vietoje*“. Be to, reikalavimai laikui bėgant keitėsi. Visada atsiradavo svarbesnių reikalų. Duomenys likdavo išsibarstę: informacija apie medžiagas – pirkimų skyriuje, priežiūros instrukcijos – kokybės vadybos skyriuje, sertifikatai – atitikties reikalavimams aplanke, matmenų lentelės – „Techpack“ dokumentuose, derinimo rekomendacijos – rinkodaros skyriuje, tiekėjų adresai – buhalterijoje.

Produktai yra kiekvienos įmonės širdis. Vis dėlto duomenys apie juos yra blogiausiai organizuotas turas, kurį turi dauguma įmonių, nes jis yra išsibarstęs. „Gaminio pasas“ yra pirmoji išorinė iniciatyva per ilgą laiką, kuri yra pakankamai stipri, kad tai pakeistų, ir kuri tuo pačiu metu atlygina už darbą, nes iš jos rezultatų galima tiesiogiai gauti ekonominės ir rinkodaros naudos.

Remiantis centralizuotai saugomais, struktūrizuotais produktų duomenimis galima atlikti analizę ir imtis priemonių, kurios anksčiau buvo tiesiog neįsivaizduojamos, nes niekas negalėjo peržiūrėti visų duomenų iš karto. Kokios kokybės siūlai per tris sezonus sulaukia mažiausiai skundų? Kuria dažykla užtikrina stabiliausius spalvų parametrus? Koks medžiagų derinys koreliuoja su koku grąžinimų procentu? Į tokio pobūdžio klausimus neįmanoma atsakyti remdamiesi penkiais „Excel“ failais iš keturių skyrių.

1.3) Kiek kainuoja laukimas

Aspektas	Pradžia šiandien	Pradžia tik 2028/2029 m.
Duomenų surinkimas	palaipsniui, atsižvelgiant į duomenų rinkimo ciklą, vykdamą įprastinę veiklą	Projektas vykdomas esant laiko spaudimui; išorinė pagalba 2028 m. bus ribota ir brangi, nes visi pradės tuo pačiu metu
Tiekėjai	Duomenų teikimas bus suderėtas pagrinde sutartyse keliems užsakymų sezonams	Pakartotinės derybos su visais tiekėjais vienu metu, be laiko ir be svėrų

Aspektas	Pradžią šiandien	Pradžią tik 2028/2029 m.
Etikečių išlaidos	mažės nuo kitos kolekcijos	išliks nepakitusios, modelio atveju – apie 225 000 € per trejus metus
Rinkodara	duos rezultatų nuo pirmosios paskelbtos kolekcijos	visiškai atsisakoma iki privalomojo įvedimo
QR kodų integravimas	įgyvendinamas kartu su bet kuriuo atveju numatytu etikečių keitimu, ribinės sąnaudų artimos nuliui	atskiras perėjimas, prireikus – sandėlyje esančių prekių peretiketavimas
Konkurencija	pranašumas turinio, klientų duomenų ir duomenų kokybės srityse	lygybė. Privalomas reikalavimas, kurį visi vykdo, nebėra argumentas

Man svarbus paskutinis punktas. Nuo to momento, kai gaminio pasas taps privalomas, jį turės kiekvienas. Tada tai bus higienos reikalavimas, kurį atitiks kiekvienas. Pranašumas egzistuoja tik tuo laikotarpiu, kuris šiuo metu yra atviras.

2) Kokie duomenys jums jau yra šiandien

Prieš pradėdami galvoti apie sistemas, turėtumėte atlikti esamos padėties įvertinimą. Toliau pateiktos apžvalgos rodo, kokia informacija paprastai jau yra drabužių įmonėse, dažniausiai išsibarsčiusi tarp PIM, ERP, „Techpack“, laboratorinių ataskaitų, sertifikatų aplankų, tiekėjų specifikacijų ir internetinės parduotuvės. Daugelis šių duomenų jau šiandien turi būti pateikiami spausdinta forma kartu su produktu.

Rekomenduoju šias lenteles naudoti kaip darbo šabloną ir trečiojoje skiltyje pažymėti, kas prižiūri atitinkamą laukelį. Galiausiai į šį klausimą atsakyti yra sunkiau nei į klausimą, kur tas laukelis yra.

2.1) Produkto identifikavimas ir pagrindinės savybės

Duomenų laukas	Tipinis šaltinis	Ar šiandien yra ant produkto?
Prekės ir modelio numeris, spalvos kodas, SKU	ERP / PIM	Pakabinama etiketė, etiketė
GTIN / EAN, serijos arba partijos numeris	ERP / pagrindiniai duomenys	pakabos brūkšninis kodas
Kolekcija, sezonas, pristatymo laikotarpis	Kolekcijos planavimas	ne
Produkto pavadinimas, trumpas aprašymas	PIM / internetinė parduotuvė	iš dalies

Duomenų laukas	Tipinis šaltinis	Ar šiandien yra ant produkto?
Dydis ir dydžių sistema (DE/FR/UK/US/IT)	ERP / Dydžių lentelė	Dydžio etiketė
Spalva, spalvos pavadinimas, spalvos numeris, dažymo partija	ERP / Tiekėjo specifikacija	Etiketė
Siluetas ir kirpimas (Regular, Slim, Oversized)	Techpack / internetinė parduotuvė	ne
Matmenų lentelė pagal dydį (krūtinė, talėja, ilgis, rankovės)	Techpack / pavyzdžio protokolas	ne
Modelio matmenys („Modelis yra 1,78 m ūgio ir dėvi M dydį“)	Fotografavimo protokolas	ne
Produkto svoris	Siuntimo pagrindiniai duomenys	ne

2.2) Medžiagos, siūlai ir kokybės klasės

Duomenų laukas	Tipinis šaltinis	Ar šiandien yra ant produkto?
Pluošto sudėtis procentais pagal komponentus	Tiekėjo specifikacija / laboratorija	Privaloma etiketė
Siūlo storis (Nm, Ne, dtex), susukimas, siūlo tipas	Techninė specifikacija / audykla	ne
Audinio arba mezgimo tipas (džersis, ruoželinis, interlokas, popelinas)	Techninė specifikacija	ne
Ploto svoris g/m ² , siūlų tankis	Medžiagos duomenų lapas	ne
Apdaila (mercerizuota, sanforizuota, vandeniui atspari)	Tiekėjo specifikacija	iš dalies etiketė ant drabužio
Pamušalas, įklotai, vata, užpildas	Detalių sąrašas	Etiketė
Priedai: sagos, užtrauktukai, raišteliai, aplikacijos	Detalių sąrašas	ne
Perdirbtų medžiagų dalis, biopagrįstų pluoštų dalis	Tiekėjo deklaracija	iš dalies – etiketėje
Pluošto kilmė (pvz., medvilnės kilmė)	Tiekimo grandinės dokumentacija	retai

Duomenų laukas	Tipinis šaltinis	Ar šiandien yra ant produkto?
Dažų ir cheminių medžiagų klasės, atitiktis RSL reikalavimams	Tyrimo ataskaita / laboratorija	ne
Susitraukimo rodikliai, atsparumas trynimui, pillingo rodiklis, atsparumas šviesai	Tyrimo ataskaita	ne

2.3) Priežiūra, nešiojimas, taisymas

Duomenų laukas	Tipinis šaltinis	Ar šiandien yra ant produkto?
Priežiūros simboliai pagal GINETEX / ISO 3758	Priežiūros ženklavimas	Privalomoji etiketė
Priežiūros instrukcijos aiškiu tekstu, keliomis kalbomis	Kokybės vadyba	Etiketė / informacinis lapelis
Išsamios skalbimo rekomendacijos (skalavimo priemonės, užpildymas, tinklėlis)	Kokybės vadyba	retai
Džiovinimo, lyginimo ir valymo nurodymai	Priežiūros ženklavimas	Etiketė
Nurodymai dėl spalvos išblukimo, pillingo, susitraukimo	Bandymų ataskaita	iš dalies
Rekomendacijos dėl nešiojimo, progos, tinkamumo sezonui	Rinkodara / internetinė parduotuvė	ne
Apsirengimo ir susirišimo instrukcijos (suknelė su apvyčiojimu, kaklaraištis, šalikas)	Rinkodara / vaizdo įrašas	ne
Remonto nurodymai, lopymo ir siuvimo instrukcijos	Kokybės vadyba	ne
Atsarginės dalys: atsarginis sagas, atsarginiai siūlai, užtrauktuko traukiklis	Detalių sąrašas / Aptarnavimas	pridedama
Garantijos ir pretenzijų sąlygos	Teisės skyrius / Bendrosios sąlygos	retai

2.4) Kilmė, gamyba ir tiekimo grandinė

Duomenų laukas	Tipinis šaltinis	Ar šiandien yra ant produkto?
Gamybos šalis („Made in ...“)	Kilmės įrodymas / muitinė	Privaloma nurodyti

Duomenų laukas	Tipinis šaltinis	Ar šiandien yra ant produkto?
Siuvykla, gamyklos adresas (1 lygis)	Pirkimai / audito ataskaitos	ne
Audimo, mezgimo, dažymo, apdailos įmonės (2/3 lygis)	Tiekėjų žemėlapis	ne
Gamybos įmonės socialiniai ir aplinkosaugos auditai	Atitiktis / „amfori BSCI“, „SA8000“	ne
Gamintojo tapatybė ir kontaktinis adresas ES (GPSR)	Teisės skyrius	Privaloma informacija
Importuotojas ir platintojas	Muitinė / Pagrindiniai duomenys	iš dalies
Gamybos data ir partijos numeris	ERP / Užsakymų duomenys	retai

2.5) Sertifikatai, atitiktis, tvarumas

Duomenų laukas	Tipinis šaltinis	Ar šiandien yra ant produkto?
„OEKO-TEX STANDARD 100“, sertifikato numeris ir galiojimo laikas	Sertifikatų aplankas	Etiketė
GOTS, OCS, GRS, RCS kartu su sandorių sertifikatais	Sertifikatų aplankas	Etiketė
RWS, RDS, Leather Working Group, bluesign, C2C	Sertifikatų aplankas	Etiketė
REACH ir POP atitikties deklaracijos	Atitiktis	ne
Saugos standartai (pvz., EN 14682 – virvelės vaikų drabužiuose)	Kokybės vadyba	ne
Įspėjimai (degumas, smulkios dalys, alergenai)	Kokybės vadyba	Etiketė
CO ₂ e, vandens ar energijos rodikliai, jei renkami	Tvarumo ataskaita / LCA	ne
Grąžinimo, perdirbimo ir šalinimo nurodymai	Tvarumas / Grąžinimas	retai
Prekės ženklo dėvėtų prekių ir perpardavimo programa	Rinkodara	ne

2.6) Komeracinė informacija – nepakankamai įvertinta sritis

Ši kategorija reguliavimo požiūriu yra visiškai nereikšminga. Ekonominiu požiūriu ji yra vertingiausia. Ji jau visiškai egzistuoja jūsų įmonėje – internetinėje parduotuvėje, „Lookbook“ kataloge, rinkodaros kalendoriuje, tačiau iki šiol visiškai nepasinaudojama fizinio produkto atžvilgiu, nes ant etiketės tam nėra vietos.

Informacija	Prieinama kaip
Derinimo rekomendacijos: tinkami viršutiniai drabužiai, kelnės, batai, aksesuarai	Stiliaus katalogas, stiliaus vadovas, rekomendacijų logika parduotuvėje
Visas aprangos komplektas iš reklaminės fotosesijos	Fotosesijos protokolas, reklaminė medžiaga
Prekių vaizdo įrašai, 360 laipsnių vaizdai, detalūs kadrai	Medijų duomenų bazė
Prekės ženklo istorija, dizainerio komentaras, kolekcijos tema	Kolekcijos aprašymas, PR medžiaga
Kitos to paties modelio spalvos ir dydžiai	PIM / Parduotuvė
Nuoroda pakartotiniam užsakymui ir pirkimui, pageidavimų sąrašas	Parduotuvės sistema
Parduotuvių paieška, darbo laikas, stiliaus konsultacijos laikas	Mažmeninės prekybos duomenys
Renginiai: parduotuvių renginiai, pavyzdžių išpardavimai, „Repair Cafés“, madų šou	Rinkodaros kalendorius
Lojalumo programa, naujienlaiškis, prieiga prie bendruomenės	CRM
Klientų atsiliepimai ir vartotojų sukurtas turinys	Parduotuvė / socialiniai tinklai

Jei nežinote, nuo ko pradėti, pradėkite nuo šios lentelės. Tai vienintelė lentelė, dėl kurios jums nereikės kreiptis nei į vieną tiekėją.

3) Kokia ekonominė nauda gaunama iš šio perėjimo

Dabar pereikime prie pagrindinio klausimo: kiek galima sutaupyti, jei atsisakoma tradicinių informacijos nešiklių ir iš esmės ant drabužio lieka tik QR kodas? Aš sąmoningai sudariau konservatyvų ir visiškai suprantamą skaičiavimą, kad galėtumėte įtraukti savo pirkimo sąlygas. Kiekvienas skaičius toliau pateiktose lentelėse yra arba aiškiai nurodytas prielaida, arba išplaukia iš ankstesnių eilučių.

3.1) Pavyzdinė įmonė

Parametras	Prielaida
Metinis pardavimas	250 000 drabužių vienetų
Asortimentas	apie 350 modelių, apie 1 200 prekių ir spalvų derinių
Kolekcijos	2 pagrindinės kolekcijos ir 2 papildomos kolekcijos per metus
Pardavimo rinkos	Vokietija, Austrija, Šveicarija ir dar šešios ES šalys, devynios kalbos priežiūros etiketėje
Pardavimai	60 % stacionarūs (nuosavi mažmeninės ir didmeninės prekybos tinklai), 40 % tiesiogiai vartotojams (D2C) internetu
Užsakymai internetu	apie 100'000 užsakymų per metus
Pirkinių krepšelis	65 € be PVM, pelno marža 45 %

Jei jūsų įmonė per metus išleidžia šešis, aštuonis ar dvylika naujų kolekcijų – o daugelis prekių ženklų šiuo metu taip ir daro – tuomet visi toliau pateikiami skaičiai žymiai pagerėja, nes etikečių tiražai tampa mažesni, atmetamų vienetų procentas didesnis, o vertimo ciklai dažnesni. Šiuo atžvilgiu modelinis skaičiavimas atspindi nepalankiausią atvejį. Žr. 3.9 skyrių.

3.2) Fizinis ženklavimas šiais laikais

Į kainą įskaičiuotos medžiagos, spausdinimas, apdaila ir proporcinga darbo laiko dalis, skirta užklajavimui. Šios kainos atitinka įprastas sąlygas vidutinio kainų segmento rinkoje, kai spausdinamas vidutinio dydžio tiražas.

Pozicija	už vienetą	esant 250 000 vienetų
Audinė prekės ženklo ir kaklo etiketė	0,045 €	11 250 €
Dydžio etiketė	0,010 €	2 500 €
Priežiūros ir sudėties etiketė, devyniomis kalbomis, daugiasluoksni	0,065 €	16 250 €
Papildoma etiketė: kilmė, sertifikatai, įspėjimai	0,020 €	5 000 €
Pagrindinė pakabinama etiketė, dvipusė, apdorota	0,110 €	27 500 €
Antroji pakabinama etiketė: tvarumo ir prekės ženklo istorija	0,060 €	15 000 €
Virvelė, plomba, apsauginis siūlas	0,030 €	7 500 €
Įdėklas ir bukletas apie priežiūrą ir remontą	0,070 €	17 500 €

Pozicija	už vienetą	esant 250 000 vienetų
Surinkimas ir pritvirtinimas (proportingamas darbo laikas)	0,090 €	22 500 €
Šiandienos suma	0,500 €	125 000 €

3.3) Fizinis ženklėjimas su gaminio pasu

Ne viskas bus pašalinta, ir aš to ir neteigiu. Austinė prekės ženklo etiketė išlieka – tai prekės ženklo identitetas, o ne informacijos nešėjas. Dydzio etiketė išlieka, nes kitaip parduotuvėje niekas nebegalės rūšiuoti prekių. Priežiūros ir sudėties etiketė taip pat išlieka, tačiau bus žymiai supaprastinta: simboliai, trumpi aprašymai ir QR kodas viename sluoksnyje vietoj devynių kalbų versijų 4 punktų šriftu keturiuose sluoksniuose.

Pozicija	už vienetą	esant 250 000 vienetų
Prekės ženklo ir kaklo etiketė, austi (be pokyčių)	0,045 €	11 250 €
Dydzio etiketė (nekintanti)	0,010 €	2 500 €
Sumažinta priežiūros etiketė: simboliai, trumpi nurodymai, vienu sluoksniu	0,035 €	8 750 €
QR kodas, integruotas į esamą etiketės spaudinį	0,005 €	1 250 €
Plonas pardavimo pakabukas su kaina ir QR kodu	0,055 €	13 750 €
Supakavimas, sumažinta kaina	0,050 €	12 500 €
Suma su gaminio pasu	0,200 €	50 000 €

3.4) Trys scenarijai

Scenarijus	Kas nebereikalinga	už vienetą	per metus
Konservatyvus	Antrasis pakabukas, bukletas ir papildoma etiketė nebereikalingi; pakavimo apimtis šiek tiek sumažėja; pridedamas QR kodas	0,160 €	40 000 €
Realistinis (3.2 lentelė palyginti su 3.3)	papildomai sujungiama į vieną ploną pakabinamą etiketę ir vieno sluoksnio priežiūros etiketę	0,300 €	75 000 €

Scenarijus	Kas nebereikalinga	už vienetą	per metus
Ambicingas	papildomai leidžiama naudoti skaitmeninį tekstilės ženklimą: priežiūros etiketė atmetama, pakabinamoji etiketė tampa vien tik kainos etikete	0,360 €	90 000 €

Konservatyvus skaičiavimo būdas: $0,060 + 0,070 + 0,020 + 0,015$ (pakavimas) - $0,005$ (QR) = $0,160$ €.
 Realus: $0,500 - 0,200 = 0,300$ €. Ambicingas: $0,300 + 0,035$ (priežiūros etiketė) + $0,025$ (pakabinama etiketė) = $0,360$ €.

Visiems tolesniems skaičiavimams nuosekliai taikau realistišką scenarijų: $0,30$ € už vienetą, $75\,000$ € per metus.

3.5) Kas nutiks su tekstilės gaminių ženklinimu

Čia reikia būti atidžiam, todėl pasakysiu aiškiai. Pagal dabartinę padėtį Tekstilės ženklinimo reglamente (ES) Nr. 1007/2011 tebėra reikalaujama, kad pluošto sudėtis būtų nurodyta fiziškai ant gaminio arba jo viduje. Be to, gamintojo pateikiama informacija pagal Produkto saugos reglamentą (GPSR) ir su sauga susiję įspėjimai šiuo metu taip pat negali būti pakeisti vien tik skaitmenine forma.

Būtent todėl realistiškas scenarijus apskaičiuotas būtent taip: jis pakeičia tik savanoriškus informacijos nešiklius, t. y. pakabines etiketes, įdėklus, papildomas etiketes ir daugiakalbystę, viršijančią privalomus reikalavimus. Jis veikia pagal dabartinę teisinę sistemą, nereikalaujant pakeisti nė vienos nuostatos.

Tačiau mano vertinimas dėl tolesnės krypties yra aiškus: duomenys, numatyti Tekstilės ženklinimo reglamente, greičiausiai vis tiek turės būti įtraukti į mados ir tekstilės gaminio pasą ir pateikti matomai. Jei ta pati informacija privalomai pateikiama skaitmeniniu formatu, papildomą fizinį ženklinimą sunku pagrįsti objektyviai, nes jis reikalauja etikečių, medžiagų, darbo laiko ir išteklių, tačiau nesuteikia jokios papildomos informacijos. Tekstilės ženklinimo reglamento peržiūra svarstoma atsižvelgiant į gaminio pasą. Ji dar nėra patvirtinta, todėl 3.4 skyriuje pateiktas ambicingas scenarijus aiškiai pažymėtas kaip ateities galimybė ir niekur neįtrauktas į bendrą skaičiavimą.

Kas jau šiandien visus duomenis įtraukė į gaminio pasą, tokio pakeitimo metu neturi nieko daryti, išskyrus tai, kad reikia užsisakyti mažesnę etiketę. Kas jų neįtraukė, vėl turi pradėti nuo pradžių.

3.6) Netiesioginės proceso ir susijusios išlaidos

Vienetinė etiketės kaina yra tik matoma dalis. Su tuo susijusios proceso sąnaudos daugelyje įmonių yra didesnės nei pačios medžiagos kaina, tačiau jos nėra apibendrinamos nė vienoje sąnaudų sąskaitoje. Beje, būtent dėl to šios sutaupytos lėšos finansų valdyme dažnai yra nepakankamai įvertinamos.

Išlaidų blokas	šiuo metu per metus	Sumažinimas	Sutaupymas
Etikečių tekstų vertimas, redagavimas ir maketavimas (9 kalbos, 4 kolekcijų serijos)	14 000 €	70 %	9 800 €
Pakartotinis spausdinimas ir etikečių keitimas dėl teksto klaidų ar asortimento pakeitimų (3 500 vienetų × 0,90 €)	3 150 €	80 %	2 520 €
Etikečių ir pakabinamųjų etikečių likučių sunaikinimas keičiant kolekciją (8 % etikečių biudžeto)	10 000 €	60 %	6 000 €
Etikečių variantų sandėliavimas, surinkimas ir tvarkymas	6 000 €	50 %	3 000 €
Licencijų mokesčiai už pakuotes ir popierių (EPR, apie 4 g kartono vienam gaminiui)	400 €	80 %	320 €
Klientų aptarnavimo užklausos dėl priežiūros, dydžio ir medžiagos (3 000 užklausų × 3,50 €)	10 500 €	30 %	3 150 €
Iš viso	44 050 €		24 790 €

Svarbiausias, mano nuomone, aspektas – keičiamumas. Spausdinta etiketė yra galutinė. Jei vėliau reikia pataisyti priežiūros nurodymus, pasibaigia sertifikato galiojimo laikas arba rekomendacija derinti prekes tampa beprasmė, nes suderinama prekė yra išparduota – spausdintoje versijoje to jau nebegalima ištaisyti. Gaminio pasą galima bet kuriuo metu centralizuotai atnaujinti, ir tai taikoma visoms rinkoje esančioms prekėms, net ir toms, kurios buvo parduotos prieš dvejus metus. Šis skirtumas yra kokybinis, todėl jį sunku įtraukti į aukščiau pateiktą lentelę. Kas nors kada nors organizavo prekių atšaukimą dėl neteisingo priežiūros simbolio, tas žino, apie ką aš kalbu.

3.7) Grąžinimai – didžiausias pavienis svertas

Grąžinimai yra didžiausia išlaidų dalis internetinėje mados prekyboje. Didžiąją jų dalį sudaro neatitikimai dėl drabužio tinkamumo ir lūkesčių, taip pat neišskumai dėl medžiagos ir priežiūros. Būtent čia ir praverčia gaminio pasas: išsamios dydžių lentelės pagal kiekvieną dydį, medžiagų savybės, susitraukimo rodikliai, nešiojimo savybės, modelio matmenys, vaizdo įrašai. Ir visa tai galima peržiūrėti tiek prieš pirkimą, nuskenavus prekę parduotuvėje, tiek po pirkimo namuose.

Parametras	Vertė	Poveikis
Užsakymai internetu per metus	100 000	
Grąžinimų procentinė dalis šiuo metu	42 %	42 000 grąžinimų

Parametras	Vertė	Poveikis
Visos išlaidos vienam grąžinamajam siuntiniui (transportavimas, patikrinimas, paruošimas, vertės sumažėjimas)	11,00 €	462 000 €
Sumažinimas 1,0 procentiniu punktu	-1 000 grąžinimų	11 000 €
Sumažėjimas 2,0 procentiniais punktais	-2 000 grąžinamų prekių	22 000 €
Sumažėjimas 3,0 procentiniais punktais	-3 000 grąžinamų prekių	33 000 €

Bendroje sąmatoje sąmoningai įrašiau tik vieną procentinį punktą. Net ir šis labai atsargus įvertinimas sudaro 11 000 € per metus. Kiekvienas papildomas procentinis punktas duoda dar tokią pačią sumą. Tai yra svertas, turintis, be abejonės, didžiausią augimo potencialą, ir jis turėtų būti tikslingai įvertintas bendrojo veikimo metu. Daugiau apie tai – 5.4 skyriuje.

3.8) Bendras sąskaitos sumas, įskaitant platformos išlaidas

Pozicija	per metus	už vienetą
Etiketės ir pakavimas (realistiškas scenarijus)	75 000 €	0,300 €
Netiesioginės proceso, vertimo ir paslaugų išlaidos	24 790 €	0,099 €
Grąžinamų prekių sumažinimas (1 procentinis punktas, konservatyvus įvertinimas)	11 000 €	0,044 €
Bendrosios sutaupytos lėšos	110 790 €	0,443 €
1-ųjų metų išlaidos: platforma, duomenų surinkimas, QR kodų integravimas, vidinis laikas	nuo -25'000 iki -40'000 €	
1-ųjų metų grynasis pelnas	** nuo +71'000 iki +86'000 €**	
Išlaidos nuo 2-ųjų metų: platforma ir nuolatinė priežiūra	nuo -18 000 iki -25 000 €	
Grynasis rezultatas nuo 2-ųjų metų	** nuo +86 000 iki +93 000 €**	

Apie platformos išlaidas – viskas skaidriai. „Transpareo“ kaina nustatoma pagal paskelbtų gaminio pasų skaičių, sutartį galima nutraukti kas mėnesį, o duomenis bet kuriuo metu galima eksportuoti visus. Taigi nėra jokio įsipareigojimo mums, o tai, mano nuomone, turėtų būti savaime suprantama, tačiau, deja, šioje rinkoje taip nėra.

Planas	Gaminio pasas	CHF per mėnesį	EUR per mėnesį
„Small“, skirtas bandomajam projektui ir pradedantiesiems	iki 100	139	apytikriai 153
„Medium“	iki 1 000	559	apytikriai 629
„Large“, pavyzdinis atvejis su 1 200 SKU	iki 10 000	1 399	apytikriai 1 539
„Unlimited“	neribotas	3 499	apytikriai 3 849

Kainos galioja nuo 2026 m. rugpjūčio mėn., taikant dabartinę „Beta“ nuolaidą, įskaitant AI vertimą į 40 kalbų, nuosavą domeną, prekės ženklo kūrimą, „GS1 Digital Link“, potencialių klientų paiešką, analitiką, REST-API bei importą ir eksportą. Aktualiomis sąlygomis ir vykstančiomis akcijomis galite susipažinti svetainėje transpareo.com.

Pradedantiesiems tai reiškia: bandomoji versija su 20–30 modelių jums kainuos 139–199 CHF per mėnesį. Palyginti su bet kuriuo kitu šio dokumento punktu, tai yra tik apvalinimo skirtumas – tiesiog nėra jokio finansinio argumento, kodėl nereikėtų pradėti iš karto. Tik išplėtus sistemą visam asortimentui, planas atitinkamai didės. Modeliniame pavyzdyje, kuriame yra apie 1 200 prekių ir spalvų derinių, tai yra „Large“ planas, siekiantis apie 18 500 € per metus, ir jis yra įtrauktas į minėtus išlaidų intervalus. Palyginti su 110 790 € sutaupymais, tai sudaro apie 17 procentų.

3.9) Jei per metus surengiate daugiau nei dvi kolekcijų parodas

Šiandien daugelis prekių ženklų nuolat atnaušina ir plečia savo asortimentą. Tai daro įtaką rezultatams abiem argumentacijos kryptimis.

Išlaidų blokas	2 kolekcijos ir 2 papildomos serijos	8–12 naujų kolekcijų per metus
Etikečių tiražai	vidutiniai tiražai, palankios pakopinės kainos	mažesni tiražai, nepalankios pakopinės kainos, vieneto kaina didėja
Vertimas ir maketavimas	4 ciklai per metus	8–12 ciklų, 14 000 € suma lengvai padvigubėja
Likusių atsargų sunaikinimas	8 % etikečių biudžeto	patirtis rodo, kad 12–18 %, nes keičiama dažniau
Mažiausios užsakymo apimtys	retai privalomos	dažnai privalomos, todėl sistemingai užsakoma per daug
Laikas iki patekimo į rinką	galima planuoti	Etikečių pristatymo laikas tampa kliūtimi pristatymui

Paskutinis punktas dažnai lieka nepastebėtas, o iš tiesų yra svarbiausias: jei „Drop“ turi laukti, kol bus pristatyta priežiūros etiketė, tai kainuoja pardavimo dienas. Gaminio pasas atnaujinamas per kelias minutes. Rekomenduoju kiekvienai įmonei, kurioje „Drop“ naudojamas dažnai, pakartoti pavyzdinį skaičiavimą, įvedant savo skaičius. Rezultatas paprastai būna žymiai geresnis nei čia pateiktas.

4) Kokią naudą teikia gaminio pasas rinkodaros srityje

Projektą finansuoja sutaupytos išlaidos. Tikroji strateginė vertė glūdi kitur: gaminio pasas paverčia privalomą etiketę nuolatinio, prekės ženklui būdingu kanalu ant paties produkto.

4.1) Vienintelis kontaktinis punktas, turintis visą veikimo spindulį

Kiekvienas kitas kanalas pasiekia tik dalį auditorijos. Naujienlaiškis pasiekia prenumeratorius. Socialiniai tinklai pasiekia sekėjus ir užtikrina mokamą pasiekiamumą. Parduotuvė pasiekia internetinius pirkėjus. QR kodas yra pritvirtintas prie kiekvieno parduoto daikto.

Savybė	Tradicioniai kanalai	Gaminio pasas ant produkto
Pasiekiamumas	dalis pirkėjų	kiekvienas parduotas vienetas
Fizinės parduotuvės klientai	paprastai anoniminiai	pirmą kartą identifikuojami
Žiniasklaidos išlaidos	nuolatinės, už kiekvieną kontaktą	nėra, nešėjas yra pats produktas
Kontakto trukmė	kampanijos laikotarpis	visas naudojimo laikotarpis, dažnai metai
Skatinantis veiksnys	prekės ženklas	pats klientas, atitinkamai didelis dėmesys
Antrasis savininkas	nepasiekiamas	perparduodant tampa nauju kontaktu

Antrasis punktas yra tas, apie kurį dažniausiai kalbu su mados verslininkais. Pavyzdiniame modelyje 60 procentų prekių parduodama stacionariose parduotuvėse. Tai sudaro 150 000 vienetų per metus žmonėms, apie kuriuos jūs nieko nežinote ir su kuriais niekada daugiau nesusisieksite. Gaminio pasas išsprendžia šią problemą be kasos sistemos integracijos, be klientų kortelių ir be prekybos partnerio įsikišimo.

4.2) Deriniai ir kryžminė prekyba

Nuoroda į derinius sudarančius drabužius gaminio pase yra tikėtina paslaugos informacija. Asmuo, nuskenavęs ką tik įsigytos sijono kodą, atsiduria būtent tokioje situacijoje, kai rekomendacija dėl tinkamos palaidinės yra naudinga, o ne trukdo. Tai skiriasi nuo bet kokios retargetingo reklamos, kuri rodoma po trijų dienų.

- Visas kampanijos fotosesijos įvaizdis, kurį galima užsisakyti iš karto

- Tinkami aksesuarai: diržas, šalikas, rankinė, batai
- Kitos to paties modelio spalvos ir dydžiai
- To paties prekės pakartotinis pardavimas – dažnai labai nuvertintas pardavimų variklis, ypač kalbant apie mėgstamus drabužius
- Sezoninis papildymas: prie vasarinės suknelės rudenį – tinkamas megztinis paltas
- Priežiūros priemonės: vilnos skalbimo priemonė, pūkelio šveitiklis, impregnavimo purškiklis, atsarginiai sagos

Kryžminė prekyba, skaičiavimo metodas	Prielaida	Rezultatas
QR kodai rinkoje per metus	250 000	
Nuskaitymo rodiklis, kai matoma nauda	12 %	30 000 nuskaitymų
Konversija į rekomenduojamą prekių derinį	3 %	900 užsakymų
Krepšelio vertė	65 €	58 500 € apyvarta
Maržos koeficientas	45 %	26 325 € marža

Vartojimo prekių nuskaitymo rodikliai paprastai svyruoja nuo 5 iki 15 procentų. Jie žymiai padidėja, jei ant etiketės nurodoma konkreti nauda: „Priežiūros patarimai, tinkantys stilius ir pratęsta garantija“ vietoj vien tik kodo. Šis sakinyš nieko nekainuoja ir yra veiksmingiausia priemonė, kokią aš žinau.

4.3) Renginiai, bendruomenė, prekės ženklo patirtis

Gaminio pasą galima laisvai redaguoti ir bet kada atnaujinti, nekeičiant QR kodo. Taip kiekvienas rinkoje esantis drabužis tampa informacijos sklaidos kanalu apie aktualius įvykius, net praėjus keleriems metams po pardavimo.

- Kvietimai į parduotuvių renginius, išpardavimus, kolekcijų premjeras, „Trunk Shows“
- Asmeninės stiliaus konsultacijos užsakymas artimiausioje parduotuvėje
- „Repair Cafés“ ir remonto paslaugos – tvirtas tvarumo įrodymas, užtikrinantis aukštą pakartotinio kontakto vertę
- Regioninis rodymas: tik klientai, esantys netoli parduotuvės, mato jos renginių tvarkaraštį
- Išankstinės pardavimo akcijos ir bendruomenės formatai registruotiems klientams

4.4) Potencialių klientų paieškos įrankis

Naudodamiesi „Transpareo“ potencialių klientų generatoriumi, galite savarankiškai, be agentūros pagalbos, sukurti bet kiek anketų ir susieti jas su gaminio pasu. Veiksmingumui lemiamą reikšmę turi viena techninė detalė: anketa atsidaro automatiškai nuskenavus QR kodą. Klientui nereikia nieko ieškoti

ir nieko spaudyti. Kas nors yra bandęs paskatinti žmones atlikti papildomą paspaudimą, kad patektų į formą, žino, kokį skirtumą tai daro dalyvavimo lygiui.

Pats mechanizmas yra senas ir veiksmingas: klientas gauna konkretų privalumą ir mainais už tai pateikia informaciją bei duoda sutikimą.

Nauda klientui	Klausimai anketoje	Nauda jums
Pratęsta garantija užregistravus produktą	Pirkimo data, pirkimo vieta, kontaktiniai duomenys	Pirmasis kontaktas ir pardavimo skaidrumas didmeninėje prekyboje
Asmeninis stiliaus vadovas, skirtas įsigyti tam daiktui	Stiliaus preferencijos, progos, dydžiai	Segmentavimas kampanijoms ir asortimento planavimui
Privalumas arba dovanėlė kitam pirkimui	El. paštas, sutikimas gauti naujienlaiškį	Potencialus klientas su savanorišku sutikimu be žiniasklaidos išlaidų
Išankstinė prieiga prie naujos kolekcijos	Mėgstamos kategorijos, kainos priimtinumas	Paklausos rodiklis prieš užsakymą
Dalyvavimas loterijoje ar bendruomenės renginyje	Regionas, pageidaujama parduotuvė	Aktyvacija pagal vietovę
Atsiliepimai apie drabužių tinkamumą su dydžių rekomendacijomis kitam kartui	Kūno matmenys, drabužių tinkamumo įvertinimas	Tiesioginė duomenų bazė gražinamų prekių skaičiui mažinti
Nemokama remonto patikra	Naudojimo trukmė, nusidėvėjimo vietos	Kokybės duomenys iš rinkos, skirti produktų kūrimui

Paskutinė eilutė užbaigia ciklą, kuris mados pramonėje beveik niekada nebūna užbaigtas. Atsiliepimai apie drabužių tinkamumą ir patvarumą paprastai pasiekia produktų kūrimo skyrių tik per grąžinimo priežastis ir pretenzijas, taigi jie yra iškreipti, neigiamai atrinkti ir pavėluoti. Naudojant gaminio pasą, šie atsiliepimai gaunami iš patenkintų vartotojų po kelių mėnesių realaus naudojimo. Kaip tekstilės inžinierius, būtent tokio duomenų šaltinio ir norėčiau.

Potencialių klientų paieška, skaičiavimo metodika	Prielaida	Rezultatas
Skenavimų per metus (12 % iš 250 000)	30 000	
Dalyvavimas automatiškai atidaromame klausimyne	25 %	7 500 potencialių klientų
iš jų iš stacionarių parduotuvių, kol kas anonimiški	60 %	4 500 naujų kontaktų
Palyginamasis potencialių klientų įsigijimo kaštas mados sektoriuje	6 € už vieną potencialų klientą	45 000 € žiniasklaidos ekvivalentas

Žiniasklaidos ekvivalento vertė nėra pinigų įplaukos, todėl bendrojoje ataskaitoje ji nurodoma atskirai. Tačiau kokybiniu požiūriu skirtumas yra dar didesnis nei piniginė suma: „Lead“ iš gaminio paso yra gautas iš patikrinto pirkėjo, kurio ryšys su produktu yra žinomas.

4.5) Prekių ženklų ir autorių teisių apsauga

Ši tema, susijusi su gaminio pasu, iki šiol stebėtinai mažai aptariama, nors ji turėtų būti didžiausia atskira nauda „Premium“ ir prabangių prekių ženklams, be to, ji yra iš karto prieinama.

Gaminio pasas, kuriame unikalūs identifikatoriai nukreipia į gamintojo tvarkomą, versijuotą ir kriptografiškai pasirašytą duomenų įrašą, yra kilmės įrodymas. Pirkėjas naršyklėje gali patikrinti, ar prekė yra autentiška, iš kur ji kilusi ir kada buvo pateikta į rinką. Klastotojas gali nukopijuoti QR kodą, tačiau jis negali sukurti galiojančio įrašo jūsų duomenų bazėje ir pateikti galiojančio parašo.

Naudojimas:

- Kilmės įrodymas aukštos kokybės drabužiams, rankinėms, laikrodžiams ir prabangos prekėms
- Galimybė muitinei ir rinkos priežiūros institucijoms atlikti patikrinimus be kreipimosi į gamintoją
- Pasitikėjimo stiprinimas antrinėje rinkoje, kur autentiškumas yra pagrindinė pirkimo kliūtis
- Serijos numeriai kiekvienam atskirai prekei, o ne tik kiekvienam gaminiui, jei tai yra tikslinga
- Jei tai įmanoma organizaciniu požiūriu, atsakingas parduojuo vadovas, naudodamasis leidimu „programos tvarkytuvė“ sistemoje, gali įvesti pirkėjo ar pirkėjos vardą ir pavardę bei kitą informaciją apie pirkimą ir taip įamžinti ją gaminio pase

Esu tvirtai įsitikinęs, kad per artimiausius metus čia įsigalės NFC ir RFID technologijos, kurios naudoja tą patį identifikatorių, įrašytą QR kode. Į siūlę įsiūtas lustas, kuriame yra tas pats identifikatorius, yra žymiai sunkiau suklastoti nei atspausdintas kvadratas. Taip pat ir NFT pagrįsti nuosavybės įrodymai naudos šį identifikatorių kaip atskaitos tašką. Svarbiausia: kas šiandien, naudodamas skaitmeninį gaminio pasą, sukuria aiškų ir unikalų kiekvieno produkto identifikatorių, tas jau dabar yra pasirengęs visoms šioms technologijoms.

4.6) Antrinė rinka ir vertės išsaugojimas

Mados prekių antrinė rinka auga sparčiau nei pirminė rinka. Gaminio pasas šioje srityje veikia trimis būdais:

- **Vertės išsaugojimas.** Drabužis, kurio medžiagos, kilmės ir priežiūros istorija yra išsami ir saugoma skaitmeniniu formatu, perparduodamas pasiekia aukštesnę kainą nei tas, kurio etiketė yra neįskaitoma. Tai daro įtaką pirkėjų pasiryžimui mokėti už naują prekę.
- **Autentiškumas.** Žr. 4.5 skyrių apie apsaugą nuo klastojimo. Antrinėje rinkoje tai yra lemiamas pirkimo argumentas.
- **Naujas kontaktas be klientų pritraukimo išlaidų.** Antrinis savininkas nuskenuoja etiketę ir atsiduria pas jus. Iš naudoto daikto pirkimo, iš kurio jūs nieko neuždirbate, tampa potencialus klientas ir galbūt

naujas pirkėjas.

4.7) Daugiakalbystė ir prieinamumas

Priežiūros etiketė, kurioje devyniomis kalbomis 4 punktų šriftu užrašyta informacija ant keturių sluoksnių satino juostelės, didžiajai daliai gyventojų yra praktiškai neskaitoma. Tai pasakytina apie kiekvieną vyresnį nei šešiasdešimt metų klientą, kiekvieną, turintį regos sutrikimų, ir kiekvieną, kuris po trečiojo skalbimo nebegali iššifruoti etiketės.

Gaminio pasas yra pritaikytas ekrane, jį galima skaityti naudojant ekrano skaitytuvą, jį galima bet kaip padidinti, o jo kontrastas yra didelis. Tai tiesiogiai atitinka Europos prieinamumo akto reikalavimus.

Kalbos klausimu svarbu paminėti, kad geografinė vieta nebeturi reikšmės. „Transpareo“ be papildomų išlaidų verčia visą duomenų bazės informaciją į visas Europos kalbas, taip pat į bengalų, kinų, hindi, indoneziečių, japonų, korėjiečių ir vietnamiečių kalbas – iš viso į 40 kalbų, tarp kurių yra visos 24 ES oficialios kalbos. Programos tvarkytuvėje kiekvienas vartotojas pats pasirenka savo darbo kalbą. Prisijungimo puslapyje automatiškai rodoma naršyklės kalba, klientui nereikia nieko nustatyti.

Jums tai reiškia dvi dalykus. Papildoma rinka nebeatsilieka nė milimetro etiketės pločio ir nereikia mokėti už vertimą. Be to, apręptos ir tiekimo grandinės kalbos: siuvykla Bangladeše, tiekėjas Vietname ir partneris Kinijoje skaito jūsų specifikacijas savo kalba. Praktikoje tai yra ne mažiau vertinga nei klientų pusė.

5) Ką iš to laimi jūsų organizacija

Sunkiausiai įvertinama, tačiau ilgalaikėje perspektyvoje svarbiausia nauda glūdi pačioje organizacijoje. Gaminio pasas yra duomenų produktas, o tam reikalingos aiškiai apibrėžtos atsakomybės sritys, sujungti šaltiniai ir įtraukti tiekėjai. Nieko iš to neįmanoma sukurti per trumpą laiką. Duomenų kokybės negalima nusipirkti – ją reikia užsitarnauti.

5.1) Tiesiog pradėkite nuo to, kas yra po ranka

Dažniausia priežastis, dėl kurios projektai, susiję su gaminio pasu, neprasideda, yra įsitikinimas, kad pirmiausia reikia turėti viską paruošta. Tai klaidinga ir trukdo veikti. Pradėkite nuo tų duomenų, kuriuos turite ir kurie prieinami be papildomų užklausų – jei abejojate, pradėkite nuo 2.6 skirsnio, dėl kurio nereikia kreiptis į nieką. Paskelbkite juos. O vėliau plėskite duomenų bazę, pereidami nuo vienos kolekcijos prie kitos.

Klientui jau dabar yra vertingas informacinis lapelis su priežiūros instrukcijomis, medžiagų aprašymais, dydžių lentelė ir derinimo rekomendacijomis. Jis nesitiki gauti išsamių „Tier 3“ tiekimo grandinės duomenų ir net 2029 m. jų nežiūrės pirmiausia.

Etapas	Laikotarpis	Turinys	Rezultatas
1 Pradžia	1–2 mėnesiai arba greičiau	Nustatyti sąnaudų pagrindą. Nustatyti bandomąjį asortimentą iš 20–30 modelių. Rinkti tik vidinius duomenis: rinkodaros, medžiagų, priežiūros ir dydžių duomenis. „Small“ planas, 139–199 CHF per mėnesį.	Pirmieji išsamūs duomenų rinkiniai be jokio kontakto su tiekėjais
2 Paskelbimas	3–5 mėnesiai arba anksčiau	Sukurti išdėstymą ir naudos pasiūlymą. Įtraukti QR kodą į etikečių spausdinimą. Parengti pirmąją anketą. Pradėti veiklą.	Sėkmė rinkoje, pirmieji nuskaitymai, pirmieji potencialūs klientai, pirmieji matavimo duomenys
3. Plėtra	6–12 mėnesiai arba anksčiau	Įdiegimas visoje kolekcijoje. „Excel“ ir ERP sąsajos paleidimas. Etikečių skaičiaus sumažinimas. Rodiklių nustatymas.	Visapusiškas išlaidų taupymas, patikimi konversijos duomenys
4. Gilinimas	2–ieji metai iki 2028 m.	Papildyti 2-ojo ir 3-iojo lygio tiekėjų duomenis. Sukurti aplinkos, remonto ir perdirbimo laukelius. Įtraukti duomenų teikimą į bendrąsias sutartis. Nustatyti duomenų kokybės tikrinimo procedūras.	Išsamus parengimas gerokai anksčiau nei įsigalioja prievolė
5 Registracija	nuo 2029 m.	Suderinimas su deleguotojo teisės akto galutiniu duomenų modeliu, registracija ES registre.	Atitiktis reikalavimams be projekto ir be terminų spaudimo

Atkreipkite dėmesį, kad 1–asis ir 2–asis etapai kartu trunka ne ilgiau kaip penkis mėnesius ir nereikalauja nieko, ko negalėtumėte padaryti patys. Būtent šiuo momentu dauguma abejonių išsisklaido.

5.2) Duomenų importavimas ir integracija, ir kodėl svarbi kryptis

„Transpareo“ įkelia bet kokį skaičių „Excel“ failų; importavimo programa prisitaiko prie jūsų failų, o ne atvirkščiai. Atskiras PIM nėra būtinas, tačiau jį galima integruoti. Be to, galima integruoti bet kokį skaičių vidinių ir išorinių duomenų bazių, įskaitant ERP sistemas.

Šiam sujungimui taikomas architektūrinis sprendimas, kurį laikau svarbiu saugumo požiūriu ir kurį reikėtų atidžiai išnagrinėti kiekvieno tiekėjo, kurį vertinate, atveju:

Duomenų srautas yra vienpusis – įeinantis. Šaltinis autentiškumą patvirtina „Transpareo Vendor API“ ir pateikia duomenų paketą. „Transpareo“ jokių momentu nesikiša į gamintojų sistemas ir nereikalauja jūsų ERP sistemos prisijungimo duomenų. Tai reiškia: iš mūsų platformos į jūsų sistemas nėra jokio kelio. Nėra įeinančio prieigos, nėra išsaugotų prisijungimo duomenų, nėra atviro ryšio, kuris galėtų būti pažeistas. Kas kuria „push“, o ne „pull“ sistemą, iš pat pradžių pašalina visą klasę galimų atakų būdų.

Jei lyginate paslaugų teikėjus, tai yra vienas iš klausimų, kurį aš užduočiau pirmiausia. Šiam tikslui sąmoningai parengėme struktūrizuotą pagrindą, nešališką paslaugų teikėjų atžvilgiu – žr. 6.4 skyrių.

5.3) Duomenų rinkinys kaip savarankiška vertė

Dabar pereisiu prie klausimo, kuris man asmeniškai labiausiai rūpi, tačiau diskusijoje praktiškai nėra aptariamas.

Jei jūsų produktų duomenys yra susisteminti vienoje vietoje, jie priklauso jums ir juos bet kuriuo metu galima visiškai arba dalimis perkelti atgal: į jūsų duomenų saugyklą, į jūsų analizės įrankius, į jūsų pačių sistemas. „Transpareo“ sistemoje tai galima padaryti eksportuojant į CSV, XLSX, JSON-LD ir SQL formatus arba per REST-API. Ir tai nepriklauso nuo to, ar iš viso esate paskelbę bent vieną profilį. Akimirksniu ir kiek tik norite.

Tai atveria galimybes taikyti šią technologiją ir gauti milžinišką naudą, kuri neturi nieko bendro su atitikties reikalavimais:

- **Dirbtinio intelekto mokymas naudojant nuosavus duomenis.** Kalbos modelis, kuris žino visą jūsų medžiagą, kokybės apibūdinimus, drabužių kirpimo logiką ir tiekėjų struktūrą, yra visiškai kitoks nei bendrasis modelis. Jo pagrindas – tvarkinga, nuosekli produktų duomenų bazė, būtent tai, kas ir taip susidaro kuriant gaminio pasą.
- **Agentūrinės programos.** Asistento sistemos, kurios analizuoja kolekcijų duomenis, siūlo alternatyvias medžiagas, tikrina specifikacijas ar atsako į klientų užklausas, būtinai reikalauja struktūrizuotų produktų duomenų. Be jų kiekviena agentūros idėja lieka tik prezentacijos skaidre.
- **Pirkimai ir gamybos planavimas.** Medžiagų poreikiai, apimantys įvairius modelius, spalvas ir dydžius, siūlų kokybės grupavimas pagal kolekcijas, tiekėjų koncentracija pagal medžiagų grupes: visa tai yra analizės, kurios žlunga dėl išsibarsčiusių duomenų, o sujungus duomenis tampa paprastos.
- **Tyrimai ir plėtra.** Kokia konstrukcija, koks ploto svoris ir kokia apdaila lemia kokių pretenzijų ir gražinimų elgesį per kelis sezonus? Šią koreliaciją galima apskaičiuoti tik tada, kai medžiagų, pardavimo ir grįžtamojo ryšio duomenys yra vienoje vietoje.

Kaip verslininkas sakau visiškai aiškiai: net jei ES rytoj be jokios alternatyvos panaikintų gaminio pasą, darbas su šia duomenų baze būtų buvęs teisingas ir vertingas ilgalaikėje perspektyvoje. Pasas yra tik programa. Duomenys – tai turtas.

5.4) Rodikliai, kuriuos turėtumėte stebėti nuo pirmosios dienos

Rodiklis	Matavimo vienetas	Paskirtis
Skenavimo dažnis	Skenavimų skaičius 100 par- duotų prekių	Optimizuoti etiketėje pateiktą naudos pasiūlymą

Rodiklis	Matavimo vienetas	Paskirtis
Svetainėje praleistas laikas ir puslapio peržiūros gylis	Sekundės, paspaudimai	Nustatyti turinio prioritetus, pašalinti nereikalingą informaciją
Potencialių klientų konversija	Potencialių klientų skaičius 100 skenavimų	Išbandyti pranašumų pasiūlymą
Kryžminio pardavimo konversija	Užsakymai 100 nuskaitymų	Pagerinti derinių logiką
Grąžinimų rodiklis: nuskaitytų ir nenuskaitytų prekių	Skirtumas procentiniais punktais	Įtikinamiausias skaičius vadovams
Paslaugų užklausos dėl priežiūros ir dydžio	Užklausos per mėnesį	Įrodyti klientų aptarnavimo naštos sumažėjimą
Etikečių kaina vienam gaminiui	Eurų vienam gaminiui	Parodyti sutaupymus finansų kontrolei

Penktąją eilutę prašome nustatyti prieš pradėdant veikti. Atgaline data nebegalima palyginti skenerių ir neskenerių, o būtent šio skaičiaus iš jūsų bus klausiama antraisiais metais. „Transpareo“ skenavimo statistika renkama serverio pusėje, nenaudojant slapukų ir sekimo įrankių. Jūs gaunate skaičių, laiko dinamiką ir regioną, nesukeliant sutikimo problemų.

6) Nuo gaminio paso iki ES registro: formalumas

Dažniausias prieštaravimas dėl ankstyvo pradėjimo yra tas, kad galutinis ES duomenų modelis dar nėra nustatytas, todėl šiandieninis darbas gali būti veltui. Aš suprantu šį prieštaravimą, tačiau jis grindžiamas klaidingu supratimu apie registro veikimą.

6.1) Ką iš tikrųjų daro registras

ES registras dėl gaminio pasų veikia nuo 2026 m. liepos 20 d.; Įgyvendinimo reglamentas (ES) 2026/1778 reglamentuoja prieigos kontrolę, vartotojų tapatybės patvirtinimą, registraciją ir saugojimo reikalavimus. Svarbiausia: registre saugomi unikalūs identifikatoriai ir metaduomenys; tai nėra pačių pasų duomenų saugykla. Tikrieji produkto duomenys lieka decentralizuoti – juos saugo ekonominės veiklos vykdytojas arba jo paslaugų teikėjas.

Praktiškai tai reiškia, kad jūsų sertifikatai turi turėti standartus atitinkantį, ištrinamą identifikatorių ir būti įtraukti į registrą prieš produktą pateikiant į ES rinką. Duomenų tvarkymas lieka toks pat.

„Transpareo“ visiškai atitinka 2026 m. liepos 15 d. Įgyvendinimo sprendime (ES) 2026/1736, paskelbtame Oficialiajame leidinyje, nurodytus suderintus standartus; taip pat įgyvendinti du likę standartai. „Transpareo“ naudoja „GS1 Digital Link“ ir standartus atitinkantį GTIN identifikavimą bei yra pritaikyta

registracijai ES registre. Kiekviena paso versija turi du nepriklausomus parašus – išdavėjo ir „Transpareo“; išdavėjo raktą galite saugoti patys per savo parašo galinį tašką.

Įvesti vieną kartą. Paskelbti šiandien. Vėliau užregistruoti.

1. **Įvesti:** esamus produkto duomenis struktūrizuoti ir pagal laukelius perkelti į duomenų bazę. Svarbiausia yra laukelių struktūra: teksto fragmentų negalima susieti, o tvarkingus laukelius – galima.
2. **Paskelbimas:** sertifikatas iškart paskelbiamas. QR kodas ant produkto – nauda jau nuo pirmos dienos.
3. **Plėtra:** nuo kolekcijos iki kolekcijos pridedami nauji laukai, atsižvelgiant į kasdienės veiklos ritmą.
4. **Registravimas:** kai įsigalios prievolė, esamas duomenų rinkinys bus susietas su galutiniu modeliu ir įtrauktas į ES registrą. Šiandien įrašą atliekate jūs; manau, kad ateityje „Transpareo“ galės tai padaryti už jus. Nėra naujos pradžios, nėra projekto, nėra panikos dėl terminų.

6.2) Keturi dažniausiai išgirstami prieštaravimai

Prieštaravimas	Mano atsakymas
„Tekstilės duomenų modelis dar nėra nustatytas.“	Techninė struktūra dar nėra nustatyta, tačiau turinio esmė – visiškai aiški. Medžiaga, kilmė, priežiūra, remontas, sertifikatai ir perdirbamumas bus įtraukti – dėl to nėra jokių rimtų abejonių. Struktūras galima automatiškai susieti, jei turinys yra tvarkingai surinktas ir suskirstytas į laukelius. Būtent šis duomenų surinkimas yra tikrasis darbas, ir jis bet koku atveju turi būti atliktas.
„Tuomet dirbame dvigubai.“	Duomenų įrašą įvedate į duomenų bazę vieną kartą. Jis iš karto paskelbiamas kaip gaminio pasas, o vėliau dar ir užregistruojamas. Įvedate vieną kartą, pateikiate daug kartų.
„Laukiame standarto.“	Šeši iš aštuonių standartų nuo 2026 m. liepos mėn. yra suderinti, registras veikia. Standartas, kurio buvo laukiama, didžiaja dalimi jau yra parengtas. Kiti du standartai yra žinomi ir „Transpareo“ juos jau įgyvendino. O kas toliau laukia, tas kartu atideda ir sąnaudų taupymą, ir potencialius klientus, ir mokymosi procesą.
„Neturime visų duomenų.“	Niekas jų neturi. Gaminio pasas pradedamas kurti remiantis turimais duomenimis ir palaipsniui papildomas. Taip bus visada, net ir po įregistravimo registre. Žr. 5.1 skyrių.

6.3) Aiškiai įvardytos rizikos

Rizika	Įvertinimas	Sprendimas
Galutinis duomenų modelis skiriasi	vidutinė	Duomenų rinkimas pagal laukelius, o ne ištisiniu tekstu. Automatinis atitikmenų nustatymas įmanomas, o naujas turinio rinkimas – ne.

Rizika	Įvertinimas	Sprendimas
Mažas nuskaitymo dažnis pradžioje	vidutinė	Etiketėje suformuluoti naudos pažadą, išbandyti bandomajame projekte ir tobulinti prieš plečiant mastą.
Fizinis privalomasis ženklavimas išlieka	didelė	Jau įskaičiuota į kainą. Realistinis scenarijus pakeičia tik savanoriškus ženklavimo nešėjus.
Tiekėjai nepateikia duomenų	vidutinis	Pradėkite nuo viduje turimų duomenų. Duomenų teikimą palaipsniui įtraukite į bendrąsias sutartis, kol dar yra derybų laisvė.
Priklausomybė nuo vieno tiekėjo	žemas	Galima nutraukti kas mėnesį, visišką eksportą keturiais formatais, stabilūs pasų adresai, atvirojo kodo atvaizdavimo programa. Patikrinkite tai pas kiekvieną tiekėją, kurį svarstote pasirinkti; mūsų tiekėjų patikrinimo sąrašą išvardyti klausimai, į kuriuos verta atkreipti dėmesį.
Duomenų apsauga generuojant potencialius klientus	žemas	Aiškūs sutikimas, paskirties apribojimas ir duomenų ištrynimo koncepcija nuo pat pradžių.

6.4) Dėl tiekėjo pasirinkimo

Šį dokumentą rašau kaip „Transpareo“ įkūrėjas, todėl jį turėtumėte skaityti atsižvelgdami į tai. Todėl man ypač svarbi ši pastaba.

Mes paskelbėme sąmoningai nuo tiekėjų nepriklausomą [tiekėjų vertinimo sąrašą](#), kuriame pateikiami trisdešimt kriterijų, kurie iš tiesų yra svarbūs priimant savarankišką sprendimą dėl platformos pasirinkimo: atitiktis standartams, „GSI Digital Link“ palaikymas, parašų ir archyvavimo koncepcija, duomenų suverenumas ir eksportavimo galimybės, kainodaros modelis ir mastelio keitimas pagal SKU skaičių, galimybė nutraukti sutartį. Prieš priimdami sprendimą, peržiūrėkite šį sąrašą, net ir tuo atveju, jei galiausiai nuspręsite rinktis ne mus. Platformos, kuri neišlaiko tokios peržiūros, rinktis neturėtumėte – tai tai-koma tiek mums, tiek visiems kitiems.

Be to, skyriuje „[Įžvalgos ir perspektyvos](#)“ nuolat rasite specializuotus straipsnius apie ESPR, standartizavimą ir įgyvendinimo praktiką, o mūsų [ESPR vadove](#) – paties reglamento apžvalgą. Mūsų rendereris „Transpareo Time Machine“ yra atvirojo kodo pagal GPL v3 licenciją, todėl kiekvieną pasą galima patikrinti naršyklėje nepriklausomai nuo mūsų.

7) Pirmosios 90 dienų

Pabaigoje – planas, kurį galite pradėti įgyvendinti jau pirmadienį. Jam nereikia konsultavimo įgaliojimo, konkurso ir biudžeto paraiškos.

Laikotarpis	Užduotis	Rezultatas
1–2 savaitės	Faktinių išlaidų surinkimas: surinkti etikečių sąskaitas, pakebinių etikečių užsakymus, vertimo išlaidas ir per pastaruosius dvylika mėnesių sudarytus atliekų sąrašus	Naudokite savo skaičius vietoj mano modelio prielaidų, pateiktų 3 skyriuje
2–4 savaitė	Sukurti duomenų žemėlapi: kokie laukai yra kokiose sistemose, kas juos tvarko, kiek jie yra aktualūs. Naudoti 2 skyriuje pateiktas lenteles kaip šabloną	Aiškumas dėl duomenų brandos ir faktinių spragų
3–4 savaitė	Nustatyti bandomąjį asortimentą: 20–30 modelių, kurie gerai matomi ir turi gerą pasakojimo potencialą. Nemokamas bandymas, po to – „Small“ planas	aiškus, informatyvus bandomasis projektas
4–6 savaitė	Sukurti paskyrą, apibrėžti laukų struktūrą, importuoti bandomojo projekto duomenis per „Excel“	Pirmieji išsamūs duomenų rinkiniai
6–8 savaitė	Sukurti išdėstymą ir turinio struktūrą, įvesti derinimo rekomendacijas, suformuluoti etiketės privalumus	Pasas, paruoštas paskelbimui
7–9 savaitė	Suderinti QR kodų integravimą su etikečių tiekėju ir įtraukti į artimiausią etikečių keitimą	Įdiegimo ribinės sąnaudos artimos nuliui
8–10 savaitė	Sukurti pirmąjį klausimyną potencialių klientų generavimo sistemoje. Rekomendacija: pratęsta garantija užregistravus produktą	„Lead“ mechanizmas veikia, klausimynas atsidaro automatiškai po nuskaitymo
10–12 savaitė	Bandomojo asortimento paleidimas, rodiklių nustatymas, matavimų pradžia, ypač grąžinamų prekių palyginimas	pirmieji tikri nuskaitymo ir konversijos duomenys
12 savaitė	Įvertinti, atnaujinti verslo modelį remiantis faktiniais skaičiais, priimti sprendimą dėl diegimo	patikimas sprendimų priėmimo pagrindas

7.1) Trys dalykai, kuriuos norėčiau jums perduoti

- **Ant etiketės nurodykite naudą.** Paprastas QR kodas vargu ar bus nuskaitytas. „Skaitmeninis gaminio pasas: priežiūros patarimai, tinkantys stilius, pratęsta garantija ir dar daugiau“ – tai kelis kartus padidina nuskaitymų skaičių. Šis sakinyš nieko nekainuoja, o lemia visą sąskaitos rinkodaros dalį.
- **Susiekite perėjimą prie naujos sistemos su artėjančiu etikečių keitimu.** Kas QR kodų integravimą įtraukia į bet kokią atvejų numatytą etikečių keitimą, praktiškai nepatiria jokių perėjimo išlaidų. Kas iš to daro specialią akciją, moka dvigubai.
- **Nuo pat pradžių vertinkite grąžinamų prekių poveikį.** Grąžinamų prekių santykio palyginimas tarp tų, kurie nuskaityto kodą, ir tų, kurie to nedaro, yra įtikinamiausias rodiklis, kurį galėsite pateikti antraisiais metais, ir svertas, turintis didžiausią augimo potencialą. Atgaline data jo neįmanoma nustatyti.

Ir jei po šio straipsnio padarysite tik vieną dalyką: paprašykite savo įmonėje paskutinės etikečių tiekėjo sąskaitos ir padalinkite sumą iš vienetų skaičiaus. Šis skaičius yra kiekvienos rimtos diskusijos apie skaitmeninį gaminių pasą pradžia. Daugumos prekių ženklų, su kuriais bendrauju, atveju ši suma yra didesnė, nei vadovybė būtų galėjusi numanyti.

Priedas: Visų prielaidų apžvalga

Kiekvienas šiame dokumente pateiktas skaičius yra viena iš toliau nurodytų prielaidų arba gaunamas jas apskaičiuojant. Aš sąmoningai vengiau nurodyti bet kurią vertę, kurios nebūtų galima pagrįsti, o abejonės atveju pasirinkau atsargesnį variantą.

Prielaida	Vertė	Pobūdis
Metinis pardavimas	250 000 vienetų	Modelio nustatymas
Prekių ir spalvų deriniai (= derinių skaičius)	1 200	Modelio nustatymas
Fizinis ženklavimas šiuo metu	0,500 € už vienetą	pramonėje įprastos sąlygos
Fizinis ženklavimas su gaminiu pasu	0,200 € už vienetą	Pavyzdinis skaičiavimas
Numatomos sutaupytos lėšos (realistinis scenarijus)	0,300 € už vienetą	abiejų verčių skirtumas
Užsakymai internetu	100 000 per metus	atitinka 40 % D2C dalį
Grąžinimų procentas internetu	42 %	tipiškas šiai pramonės šakai
Visos išlaidos vienam grąžinimui	11,00 €	tipiškos šiai pramonės šakai
Numatytas grąžinimų sumažėjimas	1,0 procentinis punktas	sąmoningai konservatyvus
QR kodų nuskaitymo rodiklis	12 %	vidurkis esant aiškiam naudos pasiūlymui
Dalyvavimo anketos pildyme rodiklis	25 % nuskaitymų	patirtinis rodiklis su naudos pasiūlymu
Kryžminio pardavimo konversija vienam nuskaitymui	3 %	konservatyvus
Krepšelio vertė ir maržos rodiklis	65 € ir 45 %	modelio nustatymas
Palyginamasis potencialių klientų įsigijimo rodiklis (CPL)	6,00 €	Mados sektoriaus intervalas nuo 4 iki 12 €
Platformos išlaidos diegimo metu (didžiojo tarifo planas)	apytikriai 18 500 € per metus	Kataloginė kaina 2026 m. rugpjūtį

Prielaida	Vertė	Pobūdis
Bendros diegimo išlaidos 1–aisiais metais	nuo 25 000 iki 40 000 €	Intervalo įvertinimas
Einamosios išlaidos nuo 2–ųjų metų	nuo 18 000 iki 25 000 €	Intervalo įvertinimas

Visi duomenys pateikiami tik iliustraciniais tikslais ir nepakeičia konkrečiai įmonei skirto skaičiavimo. Skaičiavimas sudarytas taip, kad galėtumėte prielaidų vietoje įrašyti savo faktinius duomenis. Teiginiai apie leistiną etikečių mažinimo mastą nėra teisinė konsultacija ir kiekvienu konkrečiu atveju turi būti patikrinti.

Šio dokumento „Excel“ skaičiuoklę, kurioje kiekvieną prielaidą galite pakeisti savo skaičiumi, rasite [mūsų svetainėje, skirtoje tekstilės gaminio pasui](#).

Apie autorių

Günter Reichelt – „Transpareo“ įkūrėjas ir strategas, dirbantis šioje įmonėje jau 19 metų, valdybos pirmininkas, tekstilės inžinierius, daugiau nei 50 metų aistringas verslininkas, užsiimantis įvairiomis verslo sritimis. Ciurichas, Šveicarija.

Jei turite pageidavimų dėl atskirų skaičiavimo eilučių, papildymų ar kitų pastabų, lauksiu jūsų atsiliepimų. Man šie klausimai yra labai svarbūs, todėl mielai skirsiu jiems laiko.

Apie „Transpareo“

Šveicarijos įmonė „Transpareo AG“, įsikūrusi „Tech Cluster Zug“ verslo parke, siūlo savitarnos portalą, skirtą kurti, valdyti ir skelbti skaitmeninius gaminio pasus įvairių pramonės šakų ir įvairaus dydžio įmonių 40 kalbų. Portalo vartotojo sąsaja, „Transpareo Time Machine“, yra atvirojo kodo.

Jau šiandien portalas visiškai atitinka ES ekologinio projektavimo reglamento reikalavimus, taikomus skaitmeniniams gaminio pasams, taip pat suderintus standartus, nurodytus 2026 m. liepos 15 d. įgyvendinimo sprendime (ES) 2026/1736. Duomenis jau dabar galima įvesti, o skaitmeninius gaminio pasus – naudoti.

- **Kontaktai žiniasklaidai:** Günter Reichelt, valdybos pirmininkas, „Transpareo AG“, presse@mail.transpareo.com
- **Buveinė:** „Tech Cluster Zug“, 6300 Zug, Šveicarija
- **DPP portalas:** transpareo.com

„Transpareo®“ ir „Transpareo Time Machine®“ yra „Transpareo AG“ registruoti prekių ženklai. Autorinės teisės 2026 „Transpareo AG“.

Autorinės teisės „2026“ Transpareo AG, Cugas, Šveicarija – transpareo.com